



“权”“益”背后

网购“无理由退货”争论幕后调查

| 卷首 |

守护买卖双方的权益“公平秤”

新鲜采摘的大凉山蜂糖李次日现身长沙市民餐桌、满脸汗水的快递员往返穿梭给乡镇居民送上时令海鲜、造型各异的包裹在传输带上高速平移……2024年上半年,中国快递业务量突破800亿件,凸显出快递业的澎湃活力和强劲韧性,折射中国经济发展新活力。

纷繁复杂的市场环境,卖家“卷”发货速度、售后服务,平台则推出“七天无理由退货”“运费险”“退款不退货”“48小时承诺发货”等买家权益保障机制,提升商家的违规经营成本。

消费者为本,是最朴素、最基础的市场法则。对于不良商家来说,保障机制是“照妖镜”,他们害怕“捞偏门”的路子被戳破;对于诚信经营的店铺来说,保障机制是保护交易的“兜底者”;对消费者而言,保障机制也是维权的保护盾。

然而,别有用心的买家利用“无理由退货”,将使用过的产品做退货处理;“职业退钱人”虚假下单赚取运费险赔付与实际快递费用之间的差价,导致部分网店退货率飙升至80%;更有“羊毛党”制作“白嫖网课”公开销售,课程内容细致到如何应对客服回电。

退款“无理由”不代表“无条件无限制”。2024年7月1日起施行的《中华人民共和国消费者权益保护法实施条例》规定,消费者无理由退货应当遵循诚实信用原则,不得利用无理由退货规则损害经营者和其他消费者的合法权益。

对众多保障机制及时调整、优化,电商商家、消费者的呼声都应该被听见。平台在设置促销门槛时,不能以牺牲商家利益为前提。

网购是一种双方交易,商家和消费者都能享受利好,商家的利益和消费者的合法权益得到有效平衡,生意才能持续下去。“羊毛党”无利可图,诚信消费才更有保障。

■ 黄亚苹

现状
遭“任性”退货
网店无奈关了门

观察
“薅羊毛”变味
谁为不诚信买单

观点
恶意“钻空子”
需多方协同制约

02-04



扫码看专题

出品:朱定
策划:周文博 黄娟 黄亚苹
统筹:黄娟 匡萍 高原
执行:黄亚苹 魏灿